

SCHÜCO

partner | 03

2013

Das Kundenmagazin

Neuer Auftritt

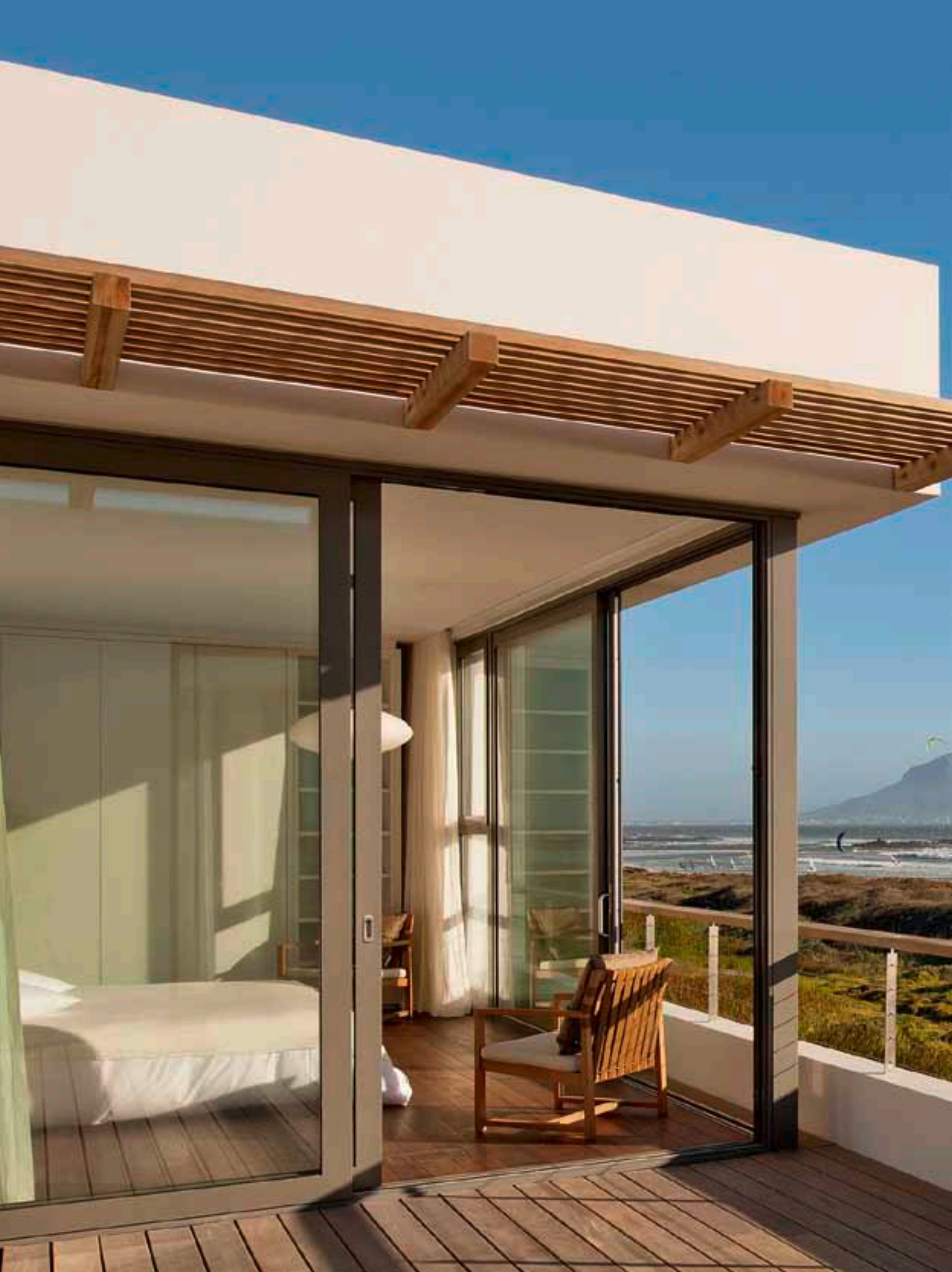
Schüco hat seine Marke neu ausgerichtet und auf ein neues Fundament gestellt. Seite 08

Einfach einfacher

Warum weniger mehr ist? Das System Schüco SimplySmart ist eine Antwort darauf. Seite 12

Innovative Systeme

Schüco Produktneuheiten planungssicher umsetzen Seite 22



Exklusiver Wohnungsbau

Am Big Bay Beach in der Nähe von Kapstadt, Südafrika, steht dieses lichtdurchflutete Wohnhaus der Architekten Fuchs, Wacker aus Stuttgart. Unter anderem wurden die Schüco Systeme AWS 75.SI, ASS 70.HI sowie FW 50+.HI verwendet.

Weitere Beispiele aus dem gehobenen Wohnungsbau finden Sie auch im Schüco Wohnbaukalender. Auszüge daraus gibt es ab Seite 30 in diesem Magazin oder bestellen Sie den Kalender unter

www.schueco.de/prospekte



Andreas Engelhardt, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Schüco International KG

Konzentration auf das Wesentliche

Sehr geehrte Partnerinnen,
sehr geehrte Partner,

es heißt, nichts ist so beständig wie der Wandel. Das gilt besonders für Unternehmen. Eine starke Marke muss sich verändern, um stark zu bleiben. Je klarer wir die Marke schärfen, umso erfolgreicher werden wir uns zukünftig national wie auch international im Wettbewerb positionieren. Wir haben daher unsere Marke auf ein „neues Fundament“ gestellt: Bodenständigkeit, Einfachheit, Stabilität, Klarheit, Anspruch und Flexibilität sind prägende Eigenschaften, die für die Identität von Schüco stehen.

Wir wollen uns mit unseren Partnern verstärkt auf das Kerngeschäft konzentrieren: Fenster, Türen und Fassaden. Im Fokus der Produktentwicklung steht auch das Prinzip der Einfachheit bei gleichzeitig hohem Anspruch. Warum? Weil davon am Ende alle profitieren. Ein Beispiel dafür ist Schüco SimplySmart. Schüco denkt weiter, entwickelt nicht nur neue, sondern vereinfacht bestehende Systeme. Das Thema Nachhaltigkeit ist dabei übrigens nach wie vor Teil unserer Philosophie – etwa mit energieeffizienten Systemen für Gebäudehüllen von morgen.

Lassen Sie uns gemeinsam unsere Stärken bündeln!

Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andreas Engelhardt'. The signature is fluid and cursive, written over a white background.

Inhalt

Schüco Partner Magazin Ausgabe

03'13



08 Die neue Markenausrichtung

Zielgruppengerecht kommunizieren



12 Trend Simplifizierung

Einfach einfacher – die neue SimplySmart Technologie



22 Ausgezeichnete Perspektive

Neue Systeme bieten Design, Komfort und Sicherheit.

Online Kompakt

06 Schüco Nachhaltigkeitsseiten und IBA-Web-Special

Office Management

07 Richtig werben

Neuer Markenauftritt

08 – 11 Schüco hat seinen Markenauftritt geschärft – das neue Corporate Design.

Schüco SimplySmart

12 – 17 Megatrend Vereinfachung – mit SimplySmart hat Schüco seine Systeme weiterentwickelt.

Events

18 Rückblick Metallbau Fachtage in Bielefeld

19 Gewusst wie – Schulung „Kompetenz von Anfang an“

Schüco Demo Truck

20 Der Demo Truck präsentiert neue Systeme vor Ort.

Schüco Business Cup 2013

21 Cup bietet beste Gelegenheit zum Netzwerken.

Produkte

22 – 27 Mehr erfahren über: Schüco ASS 77 PD, Schüco DCS und Flatstop; Schüco CAB, Schüco AWS 120 CC.SI, Schüco 114.SI sowie Schüco LightSkin

Interview

28 – 29 60 Jahre Partnerschaft – Manfred Feldhaus im Interview

Wohnbaukalender

30 – 31 Eindrucksvolle Beispiele aus dem Wohnungsbau

Testing

32 Schüco Fachbereich Bauakustik nimmt erfolgreich an Vergleichsmessungen der PBT teil.

Service

33 SchüCal 2013 – jetzt mit neuer Programmoberfläche

Menschen

34 Schüco gratuliert seinen Partnern.

Quiz

35 Auf das Detail achten und gewinnen.

SCHÜCO Impressum

Herausgeber | Schüco International KG | Marketing Michael Kehm, Michaela Hesse | Verantwortliche Redakteurin Stefanie Ruff
• Karolinenstraße 1–15 • 33609 Bielefeld • Tel. 0521 783-0 • Fax 0521 783-451 • www.schueco.de • E-Mail: schueco-partner@schueco.com
Verleger | Frank Trurnit & Partner Verlag GmbH • Balanstraße 73/Haus 10 • 81541 München

Bildnachweise: Seite 5, highspeedfotos.de; Seite 7, Jakob Kamender/Fotolia.com; Seiten 11: aleksander1/Fotolia.com und Bayer AG/Fotograf Dirk Hansen



Hart am Wind

Unter vollen Segeln trafen sich Schüco Partner und Mitarbeiter in diesem Jahr zum ersten „Teamsailing“ auf der Ostsee in der Nähe von Rostock/Warnemünde. Der Törn, den das Team Metallbau Weißenfels initiierte, begeisterte alle Teilnehmer – egal ob erfahrener Segler oder Einsteiger. Gemeinsam meisterte das Team alle Manöver und segelte die Yacht der Klasse „Ocean Race“ sicher in den Hafen zurück.



Firma Dallwig gewinnt VFF-Marketingpreis

Schüco gratuliert – Partner Dallwig wurde vom Verband Fenster + Fassade sowie der Gütegemeinschaft Fenster und Haustüren e. V., Frankfurt, ausgezeichnet. Die Jury begründete die Entscheidung damit, dass sich das Unternehmen im Bereich der Mitarbeitergewinnung und der Nachwuchsförderung besonders hervorgetan habe. Mehr Infos finden Sie unter www.window.de

Geschäftsführer Andreas Grimm von der Firma C.W. Dallwig aus Kassel (3. v. li.) nimmt mit seinen Auszubildenden den VFF-Marketingpreis entgegen.

Neues fürs Verkaufsgespräch

Ansprechende Prospekte sind eine gute Unterstützung, will man Kunden die Vorzüge eines Systems präsentieren. Daher lohnt es sich, regelmäßig den Schüco Online-Shop zu besuchen. Schüco bietet hier stets aktuelle Unterlagen für das Verkaufsgespräch. Neu sind etwa die Prospekte: Schüco Door Control System (DCS), Schüco Sonnenschutz-Systeme, Schüco Fenster- und Fassadenmodul ProSol sowie der Prospekt für private Bauherren „Die neue Dimension des Wohnens mit Aluminium Fenstersystemen.“

Am besten, Sie schauen mal vorbei:

www.schueco.de/prospekte



Firma Konzept erlebt Innovationen in Bielefeld

Stolze Besucherzahl: Gleich 33 Mitarbeiter der Firma Konzept aus Radolfzell reisten mit dem Bus zu Schüco nach Bielefeld. Dort erlebten die Gäste eine Maschinenvorführung zur Schüco DC 500, das Technologiezentrum, die Kundenwerkstatt sowie das neue Distributionszentrum. Ein Besuch auf der Kartbahn bildete am zweiten Tag den Abschluss der Veranstaltung. Die Mischung aus Innovation, Spaß und gemeinsamem Erleben kam sehr gut an. Wer ebenfalls Interesse an einem Besuch in Ostwestfalen hat, wendet sich einfach an seinen Schüco Außendienstmitarbeiter.



Nachhaltig – bis ins Detail

Dem Wort „nachhaltig“ begegnet man häufig in Kombination mit Leben, Wirtschaften oder Handeln: Doch was verbirgt sich eigentlich dahinter? Einen umfassenden Überblick zu Schücos Denk- und Herangehensweise finden Partner auf den neuen Nachhaltigkeitsseiten: www.schueco.de/nachhaltigkeit

Schon der Umfang macht deutlich – hier geht es um mehr als nur ein Wort. Schüco beleuchtet das Thema Nachhaltigkeit für Gebäude und insbesondere im Zusammenhang mit Schüco Produkten von allen Seiten und liefert Partnern neben einer umfassenden Übersicht auch gute Verkaufsargumente. Schon im Intro wird die eigentliche Herausforderung klar: Das Bestreben in der Architektur, soziokulturelle Aspekte ebenso wie ökologische und ökonomische Qualitäten gleichermaßen zu berücksichtigen. Oder anders gesagt: Es geht darum, Mensch, Raum und Umwelt miteinander in Einklang zu bringen. Wie aktuell diese Aufgabenstellung ist, spüren Partner im Tagesgeschäft. Bauherren und Architekten erwarten verstärkt nachhaltige Lösungen.

Die online Rubrik liefert Antworten zum Thema Nachhaltigkeit und zeigt, wie Verarbeiter beispielgebend vorgehen. Die „360° Nachhaltigkeit“ erstreckt sich über den gesamten Lebenszyklus eines Produktes – von der Herstellung bis zum Recycling. Zudem haben Produktgenerationen mit ökologischen Materialien und Recycling ebenfalls Vorbildcharakter. Weiterer Vorteil: Die hervorragenden Produkteigenschaften wirken sich positiv bei Gebäudezertifizierungen aus.

Die Rubrik „CO₂ Bilanz“ belegt, dass Schüco auch innerhalb des Unternehmens Verantwortung übernimmt. Im Fokus dieser Aktivitäten steht aktuell die kontinuierliche Verbesserung der CO₂-Bilanz – der Carbon Footprint von Schüco. Wie Schüco bei der Ermittlung der Werte vorgegangen ist und welche Maßnahmen umgesetzt werden,

lesen Sie in diesem Bereich. Hier können Partner per Mail auch direkt Fragen stellen.

Unter „Aktuelles“ zeigt Schüco beispielgebende nachhaltige Projekte und Bauvorhaben, informiert über Vorschriften wie die Bauproduktenverordnung und verlinkt auf das eigene CE Portal, das wiederum weiterführende Inhalte bietet.



Die Nachhaltigkeitsseiten gibt es im Internet unter www.schueco.de/nachhaltigkeit



Die neuen Nachhaltigkeitsseiten von Schüco bieten einen umfassenden Überblick.

Mit Schüco auf der IBA in Hamburg

Viele Bauherren und Architekten sind mit aktuellen, städtebaulichen Fragen beschäftigt. Leitthemen sind derzeit etwa die soziale Integration, der Klimawandel und inneres Wachstum. Auch die Internationale Bauausstellung (IBA), die von 2007 bis 2013 in Hamburg stattfindet, beschäftigt sich mit diesen Aspekten. Gut, wenn man hier als Verarbeiter mitreden und seinen Kunden aktuelle Referenzen präsentieren kann. Dazu einfach auf www.schueco.de/iba gehen und in einem beeindruckenden Kugelpanorama die Aussicht über das IBA-Gelände genießen und Objektinfos abrufen. Ein Interview mit dem IBA-Chef hält zudem Spannendes zur Ausstellung bereit.





Richtig werben ist (k)eine Kunst

Ob in der Zeitung, mit dem Firmenfahrzeug oder einem Banner auf der Baustelle – man muss auf sich aufmerksam machen. Die Frage ist also nicht, ob sich Werbung lohnt, sondern **wie sie gut gemacht wird**.

Gut gemachte Werbung? Eine bewährte Strategie, die aus dem englischen Sprachraum kommt, folgt der AIDA-Formel. Dabei steht A für „attention“. Gemeint ist die Aufmerksamkeit des Kunden, die es zu wecken gilt. Dafür gibt es viele Möglichkeiten. Um hier den richtigen Weg einzuschlagen, legt man zunächst fest, welche Zielgruppe man ansprechen möchte. Für ein Metallbau-Unternehmen sind das sicher in erster Linie Bauherren und Architekten. Ihr Interesse gilt es zu wecken. Dafür steht das I=„interest“. Dass Bauherren und Architekten Fenster und Türen benötigen, steht nicht infrage. Entscheidend ist es, welches System sie wählen und an wen sie den Auftrag vergeben. Hier können Verar-

beiter ganz erheblich von der Marke Schüco profitieren. Denn dieser Name hat in der Branche einen guten Ruf: Schüco steht für die energieorientierte Zukunft des Bauens, für Innovation und für höchste Qualität und Design. Und damit wären wir beim D=„desire“. Wer Schüco Systeme anbietet, erfüllt diese Ansprüche und ist im Vorteil. Das letzte A steht für „action“ und schließt den Prozess ab: Der Bauherr nimmt Kontakt zum Partner auf und im Idealfall führt es zum Auftrag.

Verkaufsförderung nutzen

Fragt sich noch, welche Kanäle man am besten nutzt, um den eigenen Betrieb attraktiv zu machen. Die Antwort ist ganz einfach: möglichst

zielgruppenspezifisch. Denn wer seine Botschaft über die richtigen Medien bekannt macht, hat am wenigsten Streuverlust und generiert die meiste Aufmerksamkeit. Selbstverständlich bietet Schüco auch seinen Partnern Unterstützung in Sachen Verkaufsförderung und Werbung. Das beginnt bei einer Vielfalt passender Werbebeschenke, geht über Prospekte, Broschüren, Anzeigen und Plakate bis zur Fahrzeugwerbung und zur Gestaltung des Schauraums. Am besten, Sie besuchen einfach das Webspecial.



Angebote des Marketingservices finden Sie im Internet unter www.schueco.de/marketingservice

Markant: Der neue Schüco Auftritt

Eine **starke Marke** muss sich weiterentwickeln, um stark zu bleiben. Sie muss mit der Zeit gehen und sich den Herausforderungen des Marktes stellen. Deshalb hat Schüco seine Markenpositionierung geschärft.



Michael Kehm, Leiter Zentrales Marketing, Schüco International KG, Bielefeld

Drei Fragen zur neuen Markenausrichtung

Herr Kehm, was verändert sich?

Es sind kleine Stellschrauben, an denen wir gedreht haben. So arbeiten wir nur noch mit einem Logo: Die Schrift ist schwarz und steht auf weißem Grund. Außerdem gibt es nur noch Vollflächen in Grün und keine Farbverläufe. Dadurch sind die Schriften besser lesbar und das Grün leuchtet mehr, weil es auf Weiß steht.

Wie hoch war der Aufwand?

Bei der gesamten Entwicklung haben wir immer wieder geprüft, wie unsere Ideen wirken: ob auf dem Briefbogen, in Broschüren, in Anzeigen, im Internet, auf Flottentrucks und auf vielfältigen Werbemitteln. Wichtig war uns, dass wir eine Systematik entwickelt haben. So wie wir ja nicht nur eine Fassade anbieten, sondern Systeme für Fassaden, haben wir ein System für das Corporate Design geschaffen.

Welche Unterschiede gibt es zu früheren Relaunches?

Anders ist, dass wir einen klar definierten Start- und Endpunkt haben. Außerdem entkoppeln wir das Corporate Design von den Kampagnen. Das bringt Ruhe in das Thema und wir können über die Kampagnen flexibler reagieren.

Ausgezeichnete Produkte mit einem hohen Grad an Innovation, wie man sie von Schüco kennt, sind sicher eine wesentliche Voraussetzung für eine starke Marke. Aber das alleine reicht heute nicht aus, um als Premiummarke wahrgenommen zu werden. Mit der neuen Ausrichtung konzentriert sich Schüco also wieder verstärkt auf des Kerngeschäft Fenster, Türen und Fassaden. Die Folge: Teile des alten Markenauftritts passen nicht mehr. Ein Beispiel ist etwa der Claim „Grüne Technologie für den blauen Planeten. Saubere Energie aus Solar und Fenstern“. Dass Schüco dabei seine Partner frühzeitig über Veränderungen im Markenauftritt und die Umsetzungen der Maßnahmen informiert, ist eine Selbstverständlichkeit. Genauso wird das Unternehmen Partner auch dabei unterstützen, eigene Werbemittel an das neue Corporate Design (CD) von Schüco anzupassen. Schüco wird seine Partner zeitnah informieren, welche Unterstützung es bei der Gestaltung ihrer Werbemittel im neuen Design gibt. Bis Ende 2015 soll die Entwicklung des neuen Corporate Designs weltweit abgeschlossen sein. Und auch wenn es sich vielleicht revolutionär anhört, dass die Marke neu ausgerichtet wird, das ist es gar nicht: Die Marke Schüco wurde seit der Unternehmensgründung konsequent weiterentwickelt. Denn schon immer gilt: Je klarer sich Schüco positioniert, umso erfolgreicher kann sich das Unternehmen national wie international aufstellen und vom Wettbewerb differenzieren.

Solide und bodenständig

Einen Markenauftritt zu konzipieren, das geht nicht von heute auf morgen – und vor allem nicht im Alleingang. Schon vor Beginn der BAU 2013 stand das Projekt „Marke“ auf der Tagesord-

nung. Im ersten Schritt ermittelten die Marketing-Spezialisten von Schüco, wie Architekten, Bauherren und Verarbeiter das Unternehmen sehen und was sie von Schüco erwarten. Schüco Druckerzeugnisse und Kampagnen kamen dabei ebenfalls auf den Prüfstand. Natürlich haben auch die Mitarbeiter des Unternehmens durch Workshops und Befragungen dazu beigetragen, das neue Markenbild mitzuentwickeln. Dabei gibt Schüco das bisherige Bekenntnis zum Klimaschutz nicht auf. Nachhaltigkeit von Produktion und Produkten bleibt weiterhin ein selbstverständlicher Teil des Handelns. Aber der Kern der Marke „Schüco“ wird künftig wieder deutlicher auf Fenstern, Türen und Fassaden basieren. Jeder, der von Schüco spricht, soll diese Produkte vor Augen haben. Und genau hier setzt der neue Auftritt von Schüco an. Schüco besinnt sich auf seine Wurzeln: Das Solide und Bodenständige, das bis in alle Einzelheiten in technisch durchdachte Produkte resultiert. Das schließt innovative Ideen ebenso ein, wie überzeugende Vereinfachungen in der Montage. Mit SimplySmart hat Schüco einen Teil davon bereits vorgestellt.

Optimal in Szene gesetzt

Sichtbar wird die Neuausrichtung am neuen Logo, das sich künftig in schlichtem Schwarz auf klarem weißem Grund präsentiert. Und auch die Schriften wurden weiterentwickelt und die Bildwelt modernisiert. Hier dominieren in Zukunft große Bilder. Diese sind erstens immer ein Hingucker und zweitens lassen sich damit die Schüco Produkte optimal in Szene setzen. Worauf es Schüco außerdem bei der Gestaltung ankam, und wie das neue Design aussieht, etwa in Anzeigen oder Broschüren, erfahren Sie auf den folgenden Seiten.



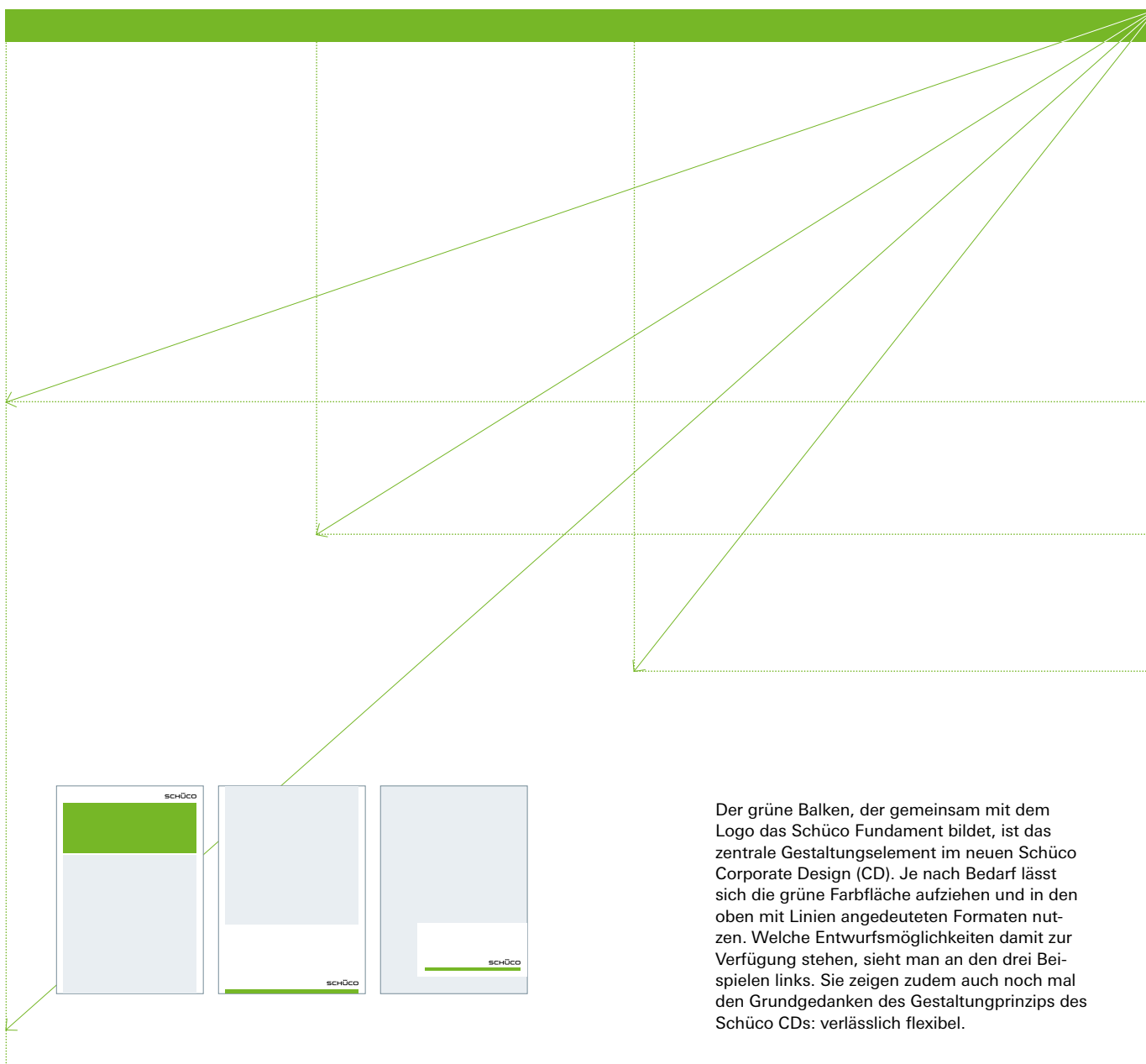
Die Grundidee des Corporate Designs: das Schüco Fundament



Nicht viel anders, sondern einfach gut – das neue Schüco Corporate Design ist die konsequente Weiterentwicklung des Erscheinungsbildes. Sechs prägende Eigenschaften * verankern es im Unternehmen, transportieren Identität und Wiedererkennungswert und bilden gemeinsam eine unverwechselbare und tragfähige Grundidee: das Schüco Fundament.

Verlässlich flexibel: das Gestaltungsprinzip des Schüco Fundaments

SCHÜCO



Der grüne Balken, der gemeinsam mit dem Logo das Schüco Fundament bildet, ist das zentrale Gestaltungselement im neuen Schüco Corporate Design (CD). Je nach Bedarf lässt sich die grüne Farbfläche aufziehen und in den oben mit Linien angedeuteten Formaten nutzen. Welche Entwurfsmöglichkeiten damit zur Verfügung stehen, sieht man an den drei Beispielen links. Sie zeigen zudem auch noch mal den Grundgedanken des Gestaltungsprinzips des Schüco CDs: verlässlich flexibel.



Das Schüco Fundament

Bodenständig wie die Herkunft von Schüco und beständig, damit die Marke auf einer dauerhaft stabilen Grundlage beruht – diese Botschaft zu vermitteln, war eines der wichtigsten Ziele der neuen Ausrichtung. Ein zentraler Anspruch an die Kampagnen von Schüco war zudem, deren individuelle und zielgruppenorientierte Ansprache. Aus diesem Grund wurden das Corporate Design und die Kampagnen entkoppelt. Das bringt zum einen Ruhe und Beständigkeit in das Corporate Design und bietet zum anderen die nötige Flexibilität für Kampagnen mit unterschiedlichen Themen und Zielgruppen.

Start bei der Lufthansa

Diesen Herbst hat Schüco die erste Kampagne im neuen Design gestartet: Zu sehen ist sie im Inflight-Entertainment von Business- und First-Class der Lufthansa. Ein kurzer Werbespot präsentiert, wofür Schüco in Zukunft steht: für Kompetenz und Innovation im Bereich Fenster, Türen und Fassaden. Begleitet wird die Kampagne von einer Anzeige und einem kleinen Give-away in Form von Erfrischungstüchern.

Neue Bilderwelt

Gestaltet sind auch schon die ersten neuen Anzeigenmotive. Sie wirken klarer und moderner. Ihr auffallendstes

Merkmal sind große, flächige Bilder, bei denen Architektur und Technik im Vordergrund stehen. Mit ihrer zielgruppenspezifischen Ansprache wenden sich die Anzeigen direkt an Bauherren, Architekten, Investoren und Verarbeiter. Ab Oktober sind diese Anzeigen in Fachtiteln der jeweiligen Zielgruppe geschaltet.

Klare Ansprache

Bei den Broschüren unterscheidet Schüco künftig zwischen Produktbroschüren, die mit ihren großen grünen Flächen in Prospektständern die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, und den eher dezent gehaltenen Architekteninformationen. Letztere orientieren

„In Deutschland sind wir seit vielen Jahren als starke Marke für Fenster, Türen und Fassaden bekannt. Mit unserem neuen Auftritt werden wir unsere Partner, wie auch Architekten, Investoren und Endkunden jetzt gezielter und noch erfolgreicher ansprechen.“

Wolfgang Schneider, Vertrieb Metallbau Deutschland, Schüco International KG, Bielefeld



Die erste Kampagne startete im Oktober im Inflight-Entertainment von Business- und First-Class der Lufthansa. Dazu gehören ein Spot, eine Anzeige und Erfrischungstücher.

sich am Bedürfnis nach sachlicher und professioneller Information dieses Leserkreises (siehe rechts).

Bewährte Unterstützung

Über alle weiteren Entwicklungen zum neuen Gesicht informiert Schüco in den kommenden Wochen und Monaten. Auch darüber, welchen Service Schüco bietet, um Partner bei der Gestaltung des eigenen Auftritts im neuen Corporate Design von Schüco zu unterstützen.

i **Weitere Informationen**
zur neuen Schüco Markenausrichtung unter www.schueco.de/marke



Neu: Die Produktbroschüren arbeiten mit großen Grünflächen (links), die Architekteninformationen wirken dezent und sehr modern.

„Ich wollte ein Haus bauen,
es wurde ein Zuhause.“
Ulrich Hoffmann, Bauherr

Schüco macht aus Häusern ein Zuhause. Sie wollen in Ihrem Haus nicht nur wohnen. Sie wollen sich dort wohlfühlen. Schüco Fenster, Türen und Schiebesysteme ermöglichen Ihnen ein helles, komfortables und sicheres Wohnen und senken sogar Ihre Energiekosten. Planen Sie Ihr Haus, wir machen daraus ein Zuhause. schueco.de/zuhause

SCHÜCO

„Unsere Fantasie ist unbegrenzt.
Die Möglichkeiten,
sie in die Tat umzusetzen, auch.“
UNStudio und ASPLAN, Architekten

Die Antwort auf die Frage nach Individualität und Energieeffizienz: Schüco Systemlösungen bieten Freiheit und Sicherheit in der Planung und ermöglichen es Ihnen, den Ansprüchen von heute gerecht zu werden und Standards für morgen zu setzen. schueco.de/antwort

Fenster, Türen, Fassaden. **SCHÜCO**

Auffälligste Merkmale des neuen Auftritts sind große Bilder, um Schüco Produkte und Inhalte besser in Szene zu setzen. Ebenso wie die zielgruppengerechte Ansprache, die diese Anzeigenbeispiele für Hausbesitzer, Architekten und Metallbauer zeigen.

„Bei jedem Projekt stehe ich
auf dem Prüfstand.
Meine Bauteile schon viel früher.“
Manfred Feldhaus, Geschäftsführer
FELDHAUS Fenster + Fassaden GmbH + Co. KG

Im akkreditierten Schüco Technologiezentrum können Sie Ihre Produkte vor dem Einsatz auf den Prüfstand stellen und umfangreich testen. Das bedeutet vollständige Zuverlässigkeit und Planungssicherheit – auch bei individuellen Sonderlösungen. Fragen Sie uns: schueco.de/antwort

Fenster, Türen, Fassaden. **SCHÜCO**



Chris Brügger, neben seiner Arbeit als Autor leitet er als Partner der Denkmotor GmbH auch Kreativitätstrainings

Sich im Wettbewerb positionieren

Neben Michael Hartschen und Jiri Scherer hat Chris Brügger als Autor des Buchs „Simplicity. Prinzipien der Einfachheit“ gearbeitet. Im Interview erläutert er unter anderem, welchen Nutzen sein Buch bringt.

Vereinfachung – welchen Stellenwert nimmt dieser Trend Ihrer Meinung nach im Geschäftsleben ein?

Einen immer wichtigeren. Neue Dienstleistungen oder Produkte zeichneten sich in der Vergangenheit nicht immer durch Einfachheit aus. Der Kunde will auch nicht noch mehr Angebote, die ihm die Auswahl schwer machen. Gerade im Dienstleistungsbereich ist der Trend zur Einfachheit spürbar – man will den Kunden nicht überfordern, sondern mit einem transparenten und verständlichen Angebot gewinnen und halten.

Wer kann zum Beispiel im Bauwesen davon profitieren, wenn Systeme und Prozesse einfacher werden?

Für wen soll etwas einfacher werden? Das ist eine entscheidende Frage, die gleich zu Beginn eines Vereinfachungsprozesses gestellt werden muss. Alle, die in einen Bereich involviert sind, können von einem einfacheren Prozess profitieren: Etwa, weil weniger Schnittstellen auch weniger Fehlerquellen bedeuten. Das steigert natürlich auch die Effizienz.

Warum lohnt es sich, dieses Buch zu lesen?

Das Buch ist ein Leitfaden, wie Produkte, Dienstleistungen und Prozesse vereinfacht werden können. Die Prinzipien und Handlungsstrategien stellen wichtige Fragen, die uns helfen, dieses Ziel zu erreichen. Die Beispiele aus den verschiedenen Branchen sind „Augenöffner“, die aufzeigen, wie sich Einfachheit im positiven Sinn im Alltag darstellt – und wer Lust hat, kann eigene Vereinfachungsthemen gleich in den Praxisteilen durchdenken.

Mehr Infos:

www.denkmotor.com

www.buch-simplicity.com



Einfach einfacher? Warum weniger mehr ist

Das Thema **Simplifizierung gilt als Megatrend**. Es geht darum, Komplexität zu reduzieren und zeiteffiziente Prozesse zu implementieren. Schüco stellt sich dieser Herausforderung und bietet einfache Lösungen, von denen alle profitieren.

Arbeiten, die Karriere planen, sich weiterbilden, Zeit mit der Familie verbringen, Freunde treffen, soziale Netzwerke bedienen, Sport treiben, einkaufen, den Haushalt führen – die Liste der Aufgaben ist lang. Viele Menschen fühlen sich durch die Anforderungen unserer komplexen Welt unter Zeit- und Leistungsdruck gesetzt. Kein Wunder, dass hier Bewegungen entstehen, die dem entgegenwirken sollen. In zahlreichen IT-Unternehmen gibt die Simplifizierung bereits den Ton an: Nutzer wollen intuitiv zu bedienende Soft- und Hardware. Wie das geht, haben iPhone, iPad und Co. bereits vorgemacht.

Erfolgsrezept Einfachheit

Ob Ease Unlimited, Simplexität oder ähnliche Bezeichnungen – der Trend entspringt einem Bedürfnis der Menschen. Auch in Geschäftsprozessen hält er Einzug. Gefragt sind die Reduktion von Komplexität, Transparenz und eine verbesserte Zeiteffizienz. Der Wettbewerb, neue Vorschriften und Techniken führen jedoch häufig dazu, dass Produkte um neue Funktionen und Eigenschaften erweitert werden müssen. Wer hier mit weniger mehr erreicht, besitzt einen entscheidenden Vorteil gegenüber dem Wettbewerb. Was Schüco dazu entwickelt hat und was sich von diesen Überlegungen bereits in der Praxis bewährt, darüber lesen Sie auf den folgenden Seiten. >>

Steigende Komplexität verstärkt den Wunsch nach Vereinfachung.

SimplySmart

Wärmedämmung Design Montage
 Effizienz Funktionsintegration
 Nachhaltigkeit Montage
 Funktionsintegration Design Nachhaltigkeit

SimplySmart – Vorteile im Überblick

Der verdeckt liegende Beschlag **Schüco AvanTec SimplySmart** überzeugt mit dem Einsatz von

- weniger Werkzeug,
- flexibler Reihenfolge der Montage,
- schneller intuitiver Verarbeitung und
- fehlerverzeihenden Komponenten.

Die **verbesserte Glasfalzdämmung** mit intelligentem Eck-Formstück besitzt eine unter energetischen Aspekten weiterentwickelte Kontur der Glasfalzdämmung. Außerdem:

- Intelligente Formecken verkürzen Montagezeiten.
- Formecken helfen, angrenzende Glasauflagen zu platzieren.
- Glasleisten lassen sich kollisionsfrei montieren.

Die **umlaufende Mitteldichtung** punktet mit einer Geometrie- und Materialgestaltung, die für eine hohe Systemdichtheit steht. Zudem erlauben die umlaufende Verarbeitung der Meterware sowie ein innovatives Eckstück mit integriertem Einspritzkanal eine rationelle Montage.

Von neuen Herangehensweisen können im Bauwesen auch Handwerker profitieren. Denn gerade hier sind komplexe Aufgabenstellungen zu bewältigen: Systeme müssen den hohen Ansprüchen von Architekten und Bauherren entsprechen, etwa in Sachen Design und Wirtschaftlichkeit. Dazu kommen Verordnungen und Anforderungen an die Gebäudeenergiebilanz. Sie bringen, geht es beispielsweise um die Wärmedämmung im Fensterbereich, meist kompliziertere und aufwendigere Arbeiten am Element mit sich. Diese wiederum erfordern mehr Know-how und erzeugen einen höheren Aufwand in der Fertigung und Montage. Damit stehen Verarbeiter häufig vor Aufgaben, die vor dem Hintergrund des steigenden Kostendrucks und einem zum Teil be-

stehenden Fachkräftemangel, nicht leicht zu bewältigen sind.

Systeme weiterentwickeln

Eine Lösung für wirtschaftlichere Prozesse kann auch hier die Vereinfachung sein. Dazu müssen die Abläufe im Fassaden- und Fensterbereich genau betrachtet, Vorgehensweisen geprüft – eventuell neu organisiert werden, Ideen umgesetzt und Kollegen von den Neuerungen überzeugt werden. Damit es jedoch nicht bei guten Vorsätzen bleibt, ist hier professionelles Vorgehen gefragt.

Innovationen vorantreiben

Ein Weg, Neues zu implementieren, ist das Produkt- und Innovationsmanagement. Bei Schüco ist Peter Schneider in diesem Bereich als Abteilungsleiter für



Montage jetzt viel einfacher!

„Mit dem neuen Beschlag Schüco AvanTec SimplySmart funktioniert die Montage quasi ohne Werkzeug: Wenn man die Teile fertig kommissioniert hat, werden die jeweiligen Beschlagskomponenten einfach nur hereingedrückt. Das hat mir gut gefallen. Sonst haben wir mit Imbusschlüsseln gearbeitet – einer rechts, einer links. Das kann jetzt entfallen.“ Thomas Espeloer, ESPELOER Metallbau GmbH aus Witten



Durchdachter Aufbau

„Meine Erwartung in Sachen SimplySmart: Kürzere Fertigungszeiten – ganz einfach. Der Beschlag ist intelligent aufgebaut und verspricht schnellere Fertigungszeiten.“ Sven Fischer, RSB Rudolstädter Systembau GmbH, Rudolstadt



Zeitersparnis im Fokus

„Es ist wunderschön zu erleben, wie positiv die Resonanz unserer Kunden auf den neuen Beschlag ist. Zwei Jahre haben wir an ihm gearbeitet – und alles funktioniert so, wie wir es uns vorgestellt haben. Zeitersparnis ist dabei das wichtigste Argument für den Kunden. Wir haben dazu teilweise Arbeitsgänge – wie das Stanzen der Flügelrahmenecken – weggelassen und reduzieren den Werkzeugeinsatz.“ Oliver Niemeier, Teamleiter Beschläge, Schüco International KG

den Fensterbau zuständig. Mit Kolleginnen und Kollegen sowie Schüco Partnern hat er den Ansatz „SimplySmart – einfach weiterdenken“ maßgeblich entwickelt und nach den Maximen Einfachheit und Flexibilität in Systeme umgesetzt (siehe auch Interview rechts). Das Ziel von Schüco SimplySmart ist, dass die Lösungen nicht nur Bauherren- und Architekten-Wünschen entsprechen. Sie müssen Verarbeitern die Planung, Fertigung und Montage erleichtern.

Optimierte Glasfalzdämmung

Auf der diesjährigen BAU präsentierte Schüco erste Systeme, die Optimierungen nach der Methode „Einfach weiterdenken“ erfahren haben. Ein Beispiel ist die neue Glasfalzdämmung:

Um die Montage der Glasfalzdämmung speziell in den Eckbereichen zu beschleunigen und zu vereinfachen, bietet Schüco jetzt neue Formstücke an, die zeitgleich als Abstandhalter für die Verglasungsbrücken dienen. Ein zeitaufwendiges manuelles Ablängen und Zuschneiden der Eckstücke aus der Meterware der Glasfalzdämmung entfällt. Dank der funktionsintegrierten Aussparung im Formstück können zudem die Glasleistenstöße automatisch kollisionsfrei ausgeführt werden. Das spart Zeit bei der Fertigung und reduziert mögliche Fehlerquellen.

Aus Prinzip ökonomisch

Ähnlich verhält es sich mit dem modifizierten Handling der umlaufenden Mitteldichtung. Ausgegangen wird hier >>



Peter Schneider leitet bei Schüco die Abteilung Produktmanagement für Aluminiumfenster

Austausch mit Partnern essenziell

Montagezeiten zu sparen und zugleich die Anforderungen an moderne Architektur und hochwärmedämmte Gebäude zu erfüllen, das ist das Ziel von Schüco SimplySmart. Wie Schüco diese Innovationen entwickelt hat und worauf es ankommt, lesen Sie hier.

Herr Schneider, wie kam es zum Ansatz Schüco SimplySmart – einfach weiterdenken?

Bisher war es so, dass steigende Anforderungen an den Wärmeschutz in der Fensterbranche mit einer erhöhten Komplexität in der Verarbeitung einhergingen. Hier setzen wir an. Wir wollen großen und kleineren Unternehmen die Möglichkeit geben, unsere Systeme gut, schnell und prozesssicher zu verarbeiten.

Inwieweit tauschen Sie sich mit Verarbeitern aus, um neue Lösungen zu entwickeln?

Wir haben sehr umfangreich mit Metallbauern gesprochen – gemeinsam Prozesse in der Fensterverarbeitung betrachtet und analysiert. Dieser Austausch ist essenziell. Im Ergebnis haben wir drei Ansätze entwickelt: das neue Beschlagssystem AvanTec SimplySmart, die neue umlaufende Mitteldichtung und die Glasfalzdämmung. Alle Innovationen folgen dem Prinzip einer zeitsparenden, fehlertoleranten und vereinfachten Montage. In diesem Bereich des Metallbaus denken wir sehr bodenständig.

Mit „SimplySmart – einfach weiterdenken“ hat Schüco nun schon Optimierungen umgesetzt – denkt Schüco noch weiter?

Ja, selbstverständlich. Unsere Ideenliste ist gut gefüllt und steht für weitere Vorschläge offen, die in die laufenden Entwicklungen einfließen werden. Wir planen, weitere Lösungen zur BAU 2015 zu präsentieren.

von einer Reduktion der Montagezeit um bis zu 40% gegenüber der Verarbeitung der Meterware in Kombination mit den EPDM-Formecken. Eine neue, umlaufend zu verarbeitende und für diesen Anwendungsfall auch geometrisch angepasste Mitteldichtung aus reinem Moosgummi gewährleistet dabei eine optimierte Montagefreundlichkeit, hohe Systemdichtheit sowie verkürzte Verarbeitungszeit durch den Entfall der herkömmlichen EPDM-Ecken. Eine speziell entwickelte Schnitttechnik sorgt in Verbindung mit einem multifunktionalen

Eckstück, welches unter die umlaufende Dichtung geklipst wird, auch für eine langfristig optimale Positionierung im Eckbereich. Abschließend ermöglicht der verdeckt liegende Einspritzkanal im neuen Eckstück die prozesssichere Ver-

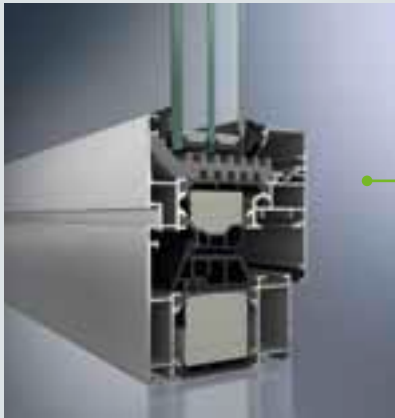
siegelung der Gehrungsecke – schnell, einfach und sauber.

Flexibel in der Montage

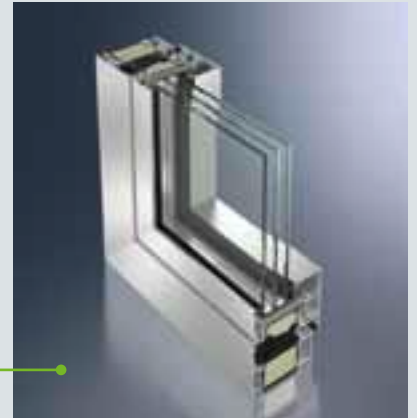
Die dritte, auf der BAU vorgestellte Innovation zu Schüco SimplySmart

SimplySmart – einfach weiterdenken: Innovationen für effiziente Planung, Fertigung und Montage

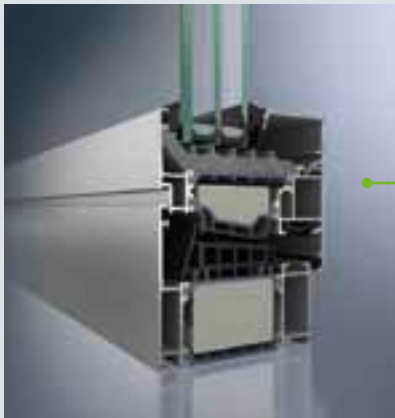
Schüco SimplySmart – Profilserien



Schüco AWS 75.SI+ punktet mit einem U_f -Wert von $1,2 \text{ W/(m}^2\text{K)}$ bei einer Ansichtsbreite von 117 mm. System-Varianten stehen serienmäßig zur Verfügung.



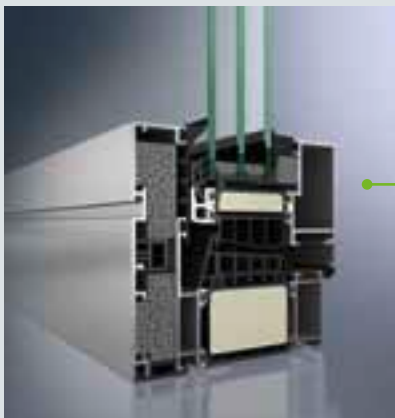
Schüco AWS 90.SI+ erfüllt architektonische Ansprüche zukunftsweisender Wärmedämmung.



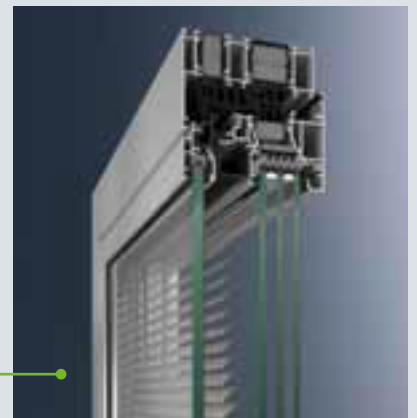
Schüco AWS 90.SI+ Green erhöht mit einer anteilig aus nachwachsenden Rohstoffen bestehenden Isolierzone und Verglasungsdichtung das CO_2 -Einsparpotenzial für Fenster.



Schüco AWS 90 BS.SI+– mit dieser neuen Lösung steht Bauherren nun auch ein Blockfenstersystem auf Passivhausniveau zur Verfügung.



Schüco AWS 112 IC setzt als weltweit erstes Aluminiumfenster mit Passivhauszertifizierung einen neuen Marktstandard.



Schüco AWS 120 CC.SI – das Verbundfenster auf Passivhausniveau bietet erstmalig den profilintegrierten, witterungsgeschützten Schüco Sonnenschutz CCB im Scheibenzwischenraum an.

ist der komplett verdeckt liegende Beschlag Schüco AvanTec SimplySmart. Bei dieser neuen Generation können die Flügelrahmenecken geschlossen bleiben – das löst die starre Reihenfolge der Montage auf. Durch die innovative Klipstechnik kann der Verarbeiter mit den Funktionskomponenten wie zum Beispiel Schere oder Ecklager an einem beliebigen Punkt starten. An die Funktionskomponen-

ten in den vier Ecken lässt sich dann die Riegelstange koppeln. Die Riegelstange wiederum trägt die Schließrolle zur Verriegelung des Fensters. Dieses Vorgehen ist auch von Vorteil, will man ein bereits montiertes Fenster nachrüsten: Man muss nicht mehr den kompletten Beschlag ausbauen, sondern ergänzt nach Bedarf die zusätzlich gewünschten Beschlags-elemente.

Das Ergebnis

Mit den beschriebenen Neuerungen strebt Schüco eine optimierte Wertschöpfungskette mit vereinfachter und schneller Montage für Verarbeiter an. Sie bedeuten aber nicht das Ende der Entwicklung. Schließlich gilt auch künftig für Schüco und seine Partner: weiter und einfacher als andere zu denken. Manche nennen dies harte Arbeit – Schüco nennt es SimplySmart. ■



Das Webspecial SimplySmart

enthält ausführliche Informationen zu den optimierten Systemen und der neuen Beschlagsgeneration AvanTec SimplySmart, inklusive detaillierter Montagevideos, ausführliche Interviews mit Produktmanager Peter Schneider sowie FAQ unter www.schueco.de/simplysmart



Sehen, hören, verstehen – und umsetzen!

Im September war es wieder so weit: Schüco Partner reisten zu den **Metallbau Fachtagen nach Bielefeld**. Hautnah erlebten sie in Seminaren und Praxis-Workshops die neuesten Innovationen.

Rund 400 Gäste nahmen das Angebot an, sich auf den Schüco Metallbau Fachtagen zu informieren, Innovationen direkt in der Praxis zu erleben, und sich mit Kollegen auszutauschen. Unter dem Aspekt Optimierung von Planung, Fertigung und Montage erfuhren Partner mehr zu Neuheiten wie dem neuen Beschlag Schüco AvanTec SimplySmart, zur Gebäudeautomation und zum Brandschutz. Zudem berichteten Fachleute in Vorträgen über „Die richtige Maschine für jeden Anwendungsfall“, zum Baurecht und über die EnEV 2014. Außerdem gab es Beratung in Sachen Werkstattkonzepte oder Software. Die Auswahl an Vorträgen war groß und Partner wussten die Möglichkeit zu schätzen, sich auch spontan für einen Workshop entscheiden zu können.

Anspruchsvoll

Besonders beliebt und gut genutzt wurden die Praxisseminare – hatten die Partner doch hier Gelegenheit, die vereinfachte Schüco SimplySmart Fensterfertigung, die Montage der Schüco Modernisierungsfassade ERC 50 und andere Systeme in der Fertigung und Montage kennenzulernen – und gleich

Fragen zu stellen. Wie die Innovationen bei den Gästen ankamen? Darüber konnten sich die Besucher unter anderem auch abends im Restaurant „Glück & Seligkeit“ in gelöster Atmosphäre austauschen. Eine Live-Band und ein Rahmenprogramm sorgten zudem für gute Stimmung. Übrigens steht mittlerweile auch fest, wer beim Gewinnspiel rund um die Workshops Losglück hatte: Berthold Schotemeier von der Schotemeier Ingenieur Metallbau GmbH gewann den ersten Preis, ein Apple iPad mini. Den zweiten Preis erhielt Sven Stoyke von der Oltmanns Metallbau GmbH und den dritten Christian Koltzoff, Metallbau Fischer GmbH.



Bilder und Film

Weitere Bilder sowie ein Impressionenfilm vom Event unter www.schueco.de/mb-fachtage

Unter anderem trugen Vorträge, Praxisseminare, ein reger Austausch unter Kollegen und die Abendveranstaltung bei den Metallbau Fachtagen zu einem gelungenen Event bei.



Bestens für die Zukunft vorbereitet



„Ich freue mich, dass wir zum zweiten Mal die Metallbau Fachtage am Standort Bielefeld durchgeführt haben. Unsere Kunden spüren, dass der Metallbau wieder stark in den Fokus gerückt ist und ich glaube, dass wir damit auf einem sehr guten Weg und bestens für die Zukunft vorbereitet sind.“
Reiner Baumgartner, Schüco Vertriebsleiter Metallbau, Bielefeld

Wichtige Aspekte auf Event berücksichtigt



„Der Besuch der Metallbau Fachtage hat sich gelohnt. Ich habe auf dieser Veranstaltung viel Neues über die Produkte und Weiterentwicklungen erfahren. Auch die Themen Maschinen und Werkstattausstattung sind für mich wichtige Aspekte.“ Gerd Arndt, Metallbau Knaup GmbH & Co. KG, Rheda-Wiedenbrück

Für die Praxis lernen

Mit der Lehre ist die Berufsausbildung keineswegs beendet. Im Gegenteil. Auch im Metallbau ist lebenslanges Lernen gefragt. Deshalb konzipierte Schüco für seine Partner erstmals den Qualifizierungslehrgang „**Kompetenz von Anfang an**“. In Wertingen war jetzt die Abschlussprüfung.

Fachkräftemangel – das war der Ausgangspunkt für die Überlegungen zum Schüco Qualifizierungslehrgang. Viele Partnerunternehmen haben weder die finanziellen noch die personellen Möglichkeiten, eigene Mitarbeiter zu schulen und weiterzuqualifizieren. Auch wenn etwa ältere Mitarbeiter an den Schreibtisch wechseln möchten, fehlen ihnen häufig Kenntnisse in EDV, Kommunikation, Präsentation und Rechtsfragen. Hier setzt der Qualifizierungslehrgang an. Initiiert hat das Projekt Hans Seel, Vertriebsleiter für Bayern, gemeinsam mit Georg Dorsch von Dorsch Metallbau. „Ich wollte in meiner Firma die Kompetenz stärken“, erklärt Dorsch. Und Seel ergänzt: „Qualifizierte Mitarbeiter unserer Kunden unterstützen unser strategisches Ziel, uns mit unseren Partnern zu entwickeln. Dass hier Bedarf besteht, zeigte die große Nachfrage. Bei 20 Anmeldungen mussten wir auf die Bremse treten. Positiv war das große Engagement der Teilnehmer, was sich in den guten Prüfungsergebnissen zeigt. Ein sehr gutes Beispiel für eine Win-Win-Situation.“



Sie haben die Weiterbildung mit Erfolg abgeschlossen: der Beste – Marko Schwaberau (2. v. re.). Die einzige teilnehmende Frau landete auf Platz zwei: Sandra Salletmayer, und der Dritte: Georg Mönius; rechts: Uwe Vögler, Leiter der Trainingsabteilung Schüco; links: Hans Seel, Vertriebsleiter Bayern Schüco.

Anspruchsvolles Pensum

In sechs einwöchigen Modulen schulten Referenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Unternehmen. Den Einstieg bildeten die Schüco Systeme. Mechatronik, Bauphysik, Statik, Baurecht, Projektmanagement sowie das Erstellen von Leistungsverzeichnissen standen ebenso auf dem Stundenplan wie Motivation, Führungsfähigkeit, Verhandlungsgeschick oder Gesprächsführung. Um die fachlichen

Kompetenzen zu stärken, wurden Inhalte und Fragen zum Fachwissen, zu sozialen, persönlichen und methodischen Kompetenzen kombiniert. „Das ‚Puzzle‘ haben alle Teilnehmer erfolgreich zusammengesetzt und so ihre Prüfung bestanden“, sagte Uwe Vögler, Leiter Schüco Training, der das Pilotprojekt konzipiert und betreut hat. Bei den Teilnehmern besonders hoch im Kurs stand das Modul Bauphysik und

Statik. „So komprimiert habe ich diesen Komplex noch nicht durchgenommen“, erläutert Heinz Czermín, Teamleiter Technik bei der Vertriebsleitung Bayern: „Und die Teilnehmer wollten alles ganz genau wissen. Besonders beim Thema Fehler und Gefahren in der Praxis.“ Selbst trockene Formeln, die zur Statik nun mal dazugehören, wurden gerne gelernt. „In unserer Arbeit sind wir stark auf den Faktor Mensch angewiesen“, sagt Georg Dorsch. „Ohne Weiterbildung können wir auf dem Markt nicht bestehen.“ Als bei der Abschlussveranstaltung in Wertingen die Urkunden verteilt wurden, waren sich alle einig. Das Pilotprojekt war ein voller Erfolg und soll ausgebaut werden. „Wir könnten auch zwei Durchgänge pro Jahr anbieten“, so Hans Seel.

Weiterbildung verbessert berufliche Option



„Ich möchte später in eine Bürotätigkeit wechseln. So waren für mich Themen wie Kalkulationen, Leistungsverzeichnisse und Angebotserstellung wichtig. Meine Erwartung, dass diese Weiterbildung meine berufliche Option verbessert, hat sich erfüllt. Ich kann dieses Seminar nur weiterempfehlen.“ Michael Maaß, Andrä Metallbau, Werdau



Weitere Infos

finden Sie im Internet unter www.schueco.de/training

Gemeinsam erfolgreich

Der Schüco **Demo Truck tourt durch Deutschland** und Europa:
Er präsentiert die neuesten Systeme und gibt Schüco Partnern Gelegenheit, die rollende Ausstellung für den eigenen Erfolg zu nutzen.

Sie planen einen Tag der offenen Tür oder nehmen mit Ihrem Unternehmen an einer regionalen Messe teil? Dann buchen Sie den neuen Demo Truck. Schüco präsentiert darin eine Ausstellung, die begeistert. Dafür sorgen anderthalbstöckige Fassaden-Exponate und Hingucker wie die parametrische Wandgestaltung. Sie ist nicht nur für Metallbauer, sondern auch für Architekten und private Bauherren interessant. Sie haben die Möglichkeit, mit den Exponaten die erweiterte Produktpalette von Schüco kennenzulernen. Und das ohne lange Anreise! Anders als in Broschüren oder im Internet kann man zudem die neuen Systeme im Truck live erleben und sich etwa beim Öffnen eines Fensters von der Qualität der Verarbeitung überzeugen. Dabei ist ein Besuch des Trucks auch gut für das eigene Team: Die Ausstel-

lung bringt alle auf den gleichen Wissensstand. Auf diese Weise lässt sich das eigene Portfolio noch besser nach außen vertreten und der Unternehmenserfolg steigern.

Interesse? Wer den Truck buchen möchte, schickt seine Anfrage an

demotruck-mb@schueco.com oder spricht einfach seinen Schüco Außendienstmitarbeiter an. Sicher kommt der Truck auch in Ihre Nähe.



Die Tourenplanung, Exponatenliste und weitere Informationen finden Sie unter www.schueco.de/demotruck



Demo Truck zum Firmen-event: Die Firma Hubert Heimann aus Senden hat neu gebaut und zur Werkstatt- sowie zur Halleneinweihung den Schüco Demo Truck bestellt. Neben den Gästen informierte sich auch das Heimann-Team (im Bild) über die neuen Schüco Systeme.

Highlights im Truck

- Schüco Parametric Concept
- Schüco Modernisierungsfassade ERC 50
- Schüco Door Control System
- Schüco SimplySmart
- Demonstrationen zu Software und Maschinen

Imposant: Der Schüco Truck hat eine Gesamtlänge von 14 Metern sowie eine Deckenhöhe von drei Metern und lässt sich komfortabel durch den nahezu barrierefrei ausgeführten Eingangsbereich betreten.





Barbara Schöneberger und Andreas Engelhardt, Vorsitzender der Schüco Geschäftsleitung, gratulieren dem Sieger des Weltfinales, Helmut Konrad (Mitte) aus Österreich.

Das große Finale

In zwölf Turnieren in acht Nationen schlugen Schüco Partner und Geschäftskunden in spannenden Wettkämpfen ab, um sich für das **Weltfinale des Schüco Business Cup** zu qualifizieren. Dieses fand nun auf Mallorca statt. Wer als Sieger vom Platz ging, erfahren Sie hier.

Am 12. Oktober war es so weit: Das große Weltfinale des „Schüco Business Cup“ fand auf Mallorca in der renommierten Golfanlage Son Muntaner statt. Gäste aus 19 Nationen waren hochkonzentriert und mit Spaß dabei, als es darum ging, den Gesamtsieger der Turnierserie zu ermitteln. Dieser steht nun fest: Helmut Konrad (Handicap + 1,6) aus Österreich setzte sich mit großem Geschick und sicherer Hand gegen andere Golfspieler durch. Dazu gratulierten neben vielen Gästen auch Andreas Engelhardt, Vorsitzender der Schüco Geschäftsleitung, und Barbara Schöneberger. Die Fernsehmoderatorin, Sängerin und Schauspielerin sorgte für beste Unterhaltung. So interviewte sie zum Beispiel Partner auf dem Golfplatz und führte gemeinsam mit Andreas Engelhardt durch den exklusiven Galaabend. In einer Gesangseinlage präsentierte Barbara Schöneberger zudem ihre aktuellen Lieder. „Ein tolles Event und einmaliges Erlebnis“, so der Tenor der Gäste.

Dass die Veranstaltung begeisterte, zeigten auch die hohen Teilnehmerzahlen der zwölf Regionalturniere, die Schüco im Rahmen des Business Cups veranstaltete. Michael Kehm, Leiter des Zentralen Marketings bei Schüco, ist zufrieden: „Wir haben den Schüco Business Cup 2013 veranstaltet, um Kunden in Deutschland und weltweit zu erreichen. Dass es am Ende insgesamt

über 800 Partner, Planer und Architekten waren, die teilgenommen haben, übertrifft unsere Erwartungen sogar.“ Was das für 2014 bedeutet? Der Erfolg bestätigt Schüco in der Absicht, die Sport- und Eventstrategie weiter auszubauen.

i Mehr zum großen Finale
Bilder von der Abendveranstaltung und den Turnieren unter www.schueco.de/business-cup

Zahlreiche Partner, Planer und Architekten kamen auf Mallorca zusammen, um das große Weltfinale auszutragen.





Ausgezeichnete Perspektive

ete

Design, Komfort, Sicherheit – die Anforderungen an die Gebäudehülle sind vielfältig. Und sie werden ständig umfangreicher und komplexer. Deshalb prüft Schüco ständig die eigenen Systeme. Ist das Verbesserungspotenzial ausgemacht, lässt eine Lösung nicht lange auf sich warten. Die Innovationen werden sorgfältig getestet, ehe sie auf den Markt kommen. Hier sind einige davon.

Überzeugende Beispiele für konsequent auf Innovationen ausgerichtete Systeme sind unter anderem das Panorama-Schiebesystem ASS 77 PD, Türmanagementsystem Schüco DCS, der Sonnenschutz Schüco CAB oder die fassadenintegrierte Beleuchtung Schüco LightSkin. Sie alle punkten nicht nur optisch, sondern vor allem funktional.

Beste Aussichten

Schüco ASS 77 PD (links im Bild) ermöglicht großflächige Schiebeanlagen mit Verglasungen vom Boden bis zur Decke. Minimale Profilansichten lassen klare Linien entstehen. Ein weiteres Plus an Transparenz schafft die offene 90°-Ecklösung – ein Panoramasytem mit großer gestalterischer Freiheit. Neben der manuellen Bedienung lassen sich die Schiebeelemente per Knopfdruck öffnen und schließen. Die automatische Antriebs- und Verriegelungstechnik liegt verdeckt im Profil. Der flächenbündige Einbau garantiert absolute Barrierefreiheit. Der serienmäßige Einklemmschutz und die optional erhältlichen Infrarot-Lichtvorhänge bieten zusätzliche Sicherheit.

Vorteile und Maße im Überblick

- Raumhohe Verglasung mit Ansichtsbreiten ab nur 30 mm und verdeckt liegendem Blendrahmen
- Komfortables Öffnen und Schließen, manuell, per Knopfdruck, oder per iPad und iPhone
- Flügelmaße bis 3.200 mm Breite und 3.500 mm Höhe
- Innovative Laufschielenlösung für ein Flügelgewicht bis 500 kg
- Große Typenvielfalt, grifflose Designlösung und verdeckt liegendes, profilintegriertes Antriebs- und Verriegelungssystem
- Erhältlich in den drei Dämm-Varianten Schüco ASS 77 PD.SI, ASS 77 PD.HI und ASS 77 PD.NI

Mehr Infos:

www.schueco.de/panorama-design



Schüco DCS

Vielseitig funktional und preisgekrönt

Das Schüco Door Control System DCS kombiniert neueste Technologie mit anspruchsvollem Design. Es wurde mit den renommierten Design-Preisen iF product design award und reddot design award ausgezeichnet. Die verschiedenen Module sind in einheitlichem Design gehalten und individuell wählbar. Dazu gehören: Zutrittskontrolle mit Bewegungsmelder, Fingerprint, Kartenleser, Türkommunikation mit Klingeltaster, Gegensprechanlage und Videokamera sowie Fluchttürsicherung mit Schlüsselschalter und Nottaster. Der flächenbündige Einbau der Module in das Türprofil und die Glasoberfläche verleihen DCS einen hochwertigen Charakter. Weitere Infos: www.schueco.de/dcs



Mit dem durchdachten Modulsystem und dem einheitlichen Design lassen sich die einzelnen DCS Module individuell kombinieren.



Schüco Flatstop

Sichere Öffnungsbegrenzung

In Schulen, Krankenhäusern oder Verwaltungsgebäuden, also überall dort, wo Türen stark frequentiert sind, hat auch der Schüco Flatstop seinen Platz. Der magnetische Türstopper zeichnet sich durch seine robuste Bauweise aus. Er besteht aus zwei Komponenten: dem magnetischen und gefederten Hebel, der von einer stabilen Abdeckhaube geschützt wird. Und der flächenbündigen Bodenplatte, die bei der Fußbodenreinigung kein Hindernis darstellt. Kommt der Magnet-Hebel mit der Metallplatte in Kontakt, wird er abgesenkt. Er stellt eine Öffnungsbegrenzung sicher, ohne dass die Gefahr des Einquetschens besteht. Daher ist der Flatstop auch für Flucht- und Rettungswege zugelassen. Die Abdeckhaube lässt sich zudem ohne Werkzeug montieren. Aufwendige Wandbohrungen oder Ausbohrungen für Teppiche entfallen. Damit eignet sich der Schüco Flatstop auch für die nachträgliche Montage.

Die Vorzüge im Überblick

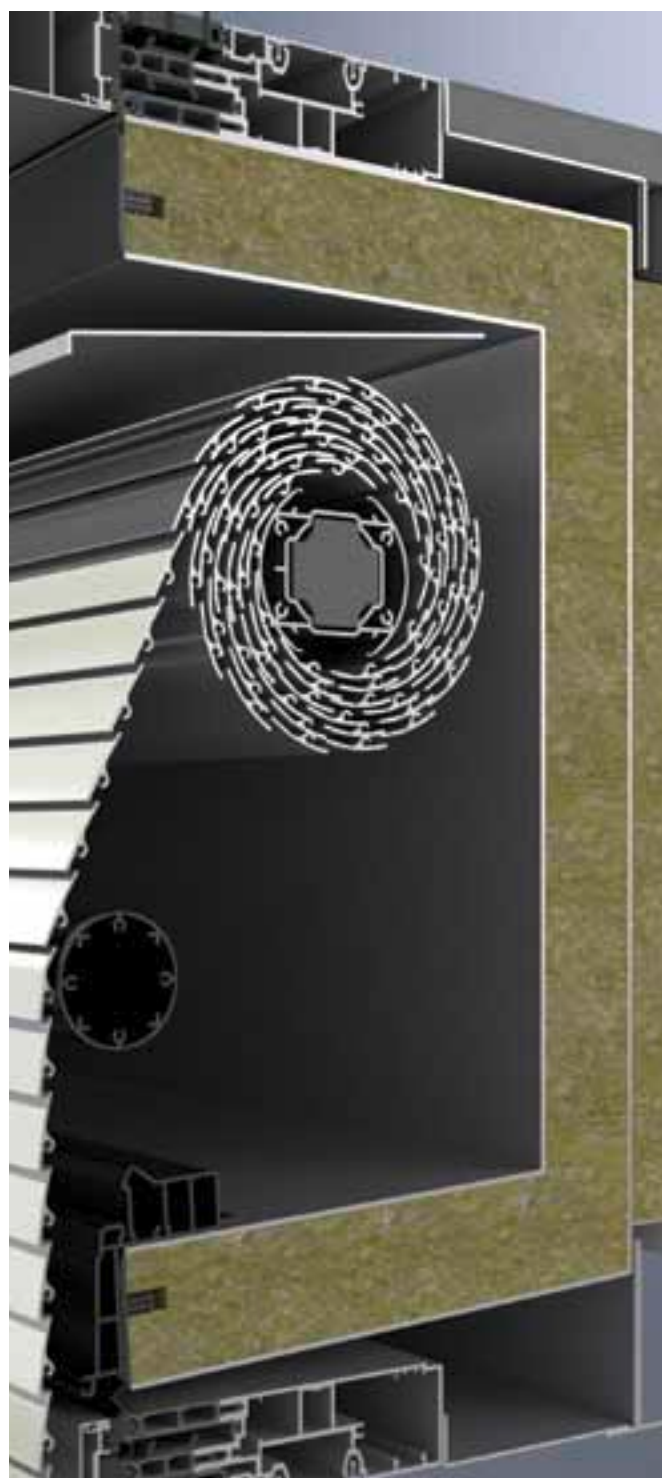
- Robuste Bauweise
- Überlastungssicher durch Federdämpfung
- Für Flucht- und Rettungswege zugelassen
- Keine Stolperfalle am Boden
- Kein Einquetschen möglich
- Hochwertige Optik
- Nachrüstbar und wartungsfrei

Mehr Infos unter www.schueco.de/flatstop

Sonnenschutz CAB

Sonnenschutz blendend gelöst

Mit dem neuen Schüco Sonnenschutz CAB (Concealed Active Blind) steht ein Sonnenschutzsystem zur Verfügung, das vollständig in die Fassaden Schüco FW 50+ und Schüco FW 60+ integriert ist. Der aufrollbare Behang besteht aus 34 mm breiten, verstellbaren Aluminiumlamellen, die verdeckt an den Seiten geführt sind. Die besondere Lamellenbefestigung über Edelstahlbänder ermöglicht das Aufwickeln des Behangs in den verdeckten Einbauraum der Fassade. Dabei sind die Funktionsbänder verdeckt geführt. Schüco CAB eignet sich für windige Standorte, da das System über eine Windstabilität bis 25 m/s verfügt. Gut für Verarbeiter: Das System lässt sich einfach installieren. Behang, Antriebswelle und Umlaufwelle werden auf Maß geliefert und können einfach und schnell in den Einbauraum eingesetzt werden. Weitere Infos: www.schueco.de/cab



Schüco AWS 120 CC.SI

Exzellente Dämmung

Das neue Verbundfenster-System Schüco AWS 120 CC.SI punktet nicht nur mit einer optimierten, skalierbaren Energieeffizienz ab einem U_f -Wert von $0,85 \text{ W}/(\text{m}^2\text{K})$. Es gestattet auch die wärmebrückenfreie Montage der verdeckt liegenden Verbundjalousie Schüco CCB (Concealed Composite Blind). Sie wurde speziell für den witterungsgeschützten Einsatz im Schüco Verbundfenster entwickelt. Der Vorteil: Die patentierte Profilintegration minimiert die von außen sichtbare Pakethöhe der Verbundjalousie. Zudem ist es Schüco durch neu entwickelte Schallschutzmaßnahmen gelungen, einen optimierten Schallschutzwert bis 53 dB zu erreichen. In Kombination mit dem Schüco Modernisierungsblendrahmen und integriertem Lüftungssystem eignet sich das System Schüco AWS 120 CC.SI auch sehr gut für Sanierungsmaßnahmen.

www.schueco.de/aws-120cc-si



Schüco AWS 114.SI

Effizienz in Herstellung, Montage und Betrieb



Parallel-Ausstell-Fenster oder Senkklapp-Fenster fertigen und montieren? Kein Problem. Mit dem Fenster Schüco AWS 114.SI lassen sich Parallel-Ausstell-Fenster oder Senkklapp-Fenster problemlos realisieren. Verarbeiter fertigen Blend- und Flügelrahmen in der Werkstatt als ganzheitliches Element vor. Dabei können sie das selbstlehrende und absturzsichere Beschlagssystem mit integrierter, einstellbarer Öffnungsbegrenzung ohne zu bohren und ohne lose Schrauben im Blend- und Flügelrahmen befestigen. Auf der Baustelle werden die Elemente dann einfach mittels innovativer Klipstechnik in den Fassadenbauraum eingeschoben. Sie rasten ein – fertig. Schüco AWS 114.SI überzeugt auch in Sachen Wärmedämmung auf Passivhausniveau: Eine Dreifachisolierverglasung mit Glasdicken von 28 mm bis 52 mm ist möglich – auch bei einem Flügelgewicht bis 250 kg. Integration in alle Standard Fassadensysteme ist möglich. Weitere Informationen und Bilder finden Sie im Internet unter www.schueco.de/aws-114-si

Schüco LightSkin

Architektur im Nachtmodus

Um die Struktur eines Gebäudes mit Licht zu betonen, hat Schüco in Kooperation mit der österreichischen Firma Zumtobel das Schüco System LightSkin zur LED-Beleuchtung von Fassaden und Fenstern entwickelt. Die Vorteile: Das Licht verteilt sich blendfrei und gleichmäßig über die Flächen. LEDs verbrauchen vergleichsweise wenig Strom, und passen daher zu Schücos energieeffizienten Systemen. Zudem können sie, wenn es die Ausschreibung fordert, über eine Schnittstelle in der Gebäudeleittechnik angesteuert werden. Die LEDs lassen sich mit minimalem Aufwand installieren. Monteure klipsen sie einfach in die Deckschalen oder in Riegelprofile ein.

Das System im Überblick

- Blendfrei, keine Lichtverschmutzung
- Verschiedene Optionen der Ansteuerung, etwa über die Gebäudeleittechnik
- Geringer Energieverbrauch dank LED
- Einfache Montage durch Klipstechnik und Scotchlock-Klemmen zum Verdrahten
- Das System ist nur erhältlich für Schüco Profile

Übrigens, welche Farben sich mit dem Licht erzeugen lassen, können Sie mit dem Farbregerler online ausprobieren unter www.schueco.de/lightskin



Ausführliche Informationen, Produktübersichten, Services und Referenzen finden Partner im Internet unter www.schueco.de

Wie eine große Familie

Seit 60 Jahren sind die FELDHAUS Gruppe aus Emsdetten und Schüco Partner – die beiden Unternehmen verbindet eine **langjährige Erfolgsgeschichte**. Im Interview berichtet Geschäftsführer Manfred Feldhaus von seinen Erfahrungen und verrät, was man heute können muss, um auch künftig erfolgreich zu sein.



Geschäftsführer
Dipl.-Ing.
Manfred Feldhaus

Herr Feldhaus, seit 60 Jahren sind FELDHAUS Fenster + Fassaden und Schüco Partner – was macht diese Partnerschaft aus?

Wir sind miteinander gewachsen – aus der Zusammenarbeit, den Herausforderungen und Aufgaben heraus sind Beziehungen und Freundschaften entstanden, die über viele Jahre geführt wurden und werden. Diese gehen zum Teil bis in den privaten Bereich.

In einem solchen Umfeld entsteht eine gegenseitige Vertrauensbasis. Wir haben in den Jahren viele auch schwierige Projekte gemeistert. Der gemeinsame Erfolg schweißt zusammen.

Wie wichtig ist etwa hinsichtlich der Systementwicklung der Austausch zwischen Systemgeber

sowie Verarbeiter und warum?

Es ist die Frage nach dem Unterschied zwischen Theorie und Praxis. Die Systementwicklung an sich ist ein eher theoretischer Prozess. Mit jedem neuen Projekt entstehen aber durch den Markt auch neue Anforderungen, die gelöst werden und in baubare Systeme umgesetzt werden müssen.

Mit der Systembasis von Schüco sowie der – ich hätte fast gesagt, jahrhundertelangen Erfahrung von FELDHAUS in der Umsetzung – entsteht erst eine gute Lösung. Viele Sonderlösungen, die zwischen Schüco und FELDHAUS entwi-

ckelt wurden, sind anschließend in den Standardkatalog aufgenommen worden.

Was hat sich Ihrer Meinung nach in den letzten 60 Jahren im Metallbau am meisten verändert?

Auf der einen Seite sind die technischen Anforderungen enorm gestiegen. Früher bauten wir einfache, mechanische Systeme. Die heutigen Anforderungen aus den Bereichen Wärme-, Schall-, Brandschutz sowie die Automatisierung von Fenstern, Türen und Fassaden haben dazu geführt, dass wir heute hochwertige

DIE FELDHAUS GRUPPE – EIN KURZPORTRÄT

FELDHAUS Fenster + Fassaden

ist eines der bedeutendsten Fassadenunternehmen in Europa. Im Projektbereich werden Glas- und Metallfassaden für Bürogebäude, Banken, Versicherungen, Flughäfen sowie öffentliche Gebäude geplant, gefertigt und montiert.

FELDHAUS Aluminiumsysteme

Nationale, wie auch internationale Händlerkunden aus dem Bauelemente-, Kunststoff- und Holzbereich schätzen die Kompetenz des Unternehmens für Türelemente, Fenster und Fassaden aus Aluminium und Glas.

FELDHAUS Türenstudio

Das Feldhaus Türenstudio wendet sich an regionale Privatkunden. Das Unternehmen produziert vorzugsweise individuell gestaltbare Hauseingangstüren, Fenster, Schaufensteranlagen und Wintergärten. Am Grevener Damm 250 befindet sich eine der größten Haustürausstellungen im Münsterland.

■ Betriebsleistung in der Gruppe circa 30 Mio. Euro

■ Anzahl der Mitarbeiter in der Gruppe 210, davon 28 Auszubildende

■ Unternehmensgründung: 1901

■ Am 1.7.1953: Beginn der Zusammenarbeit zwischen Feldhaus und Schüco

leistungsfähige „Maschinen“ liefern. Auf der anderen Seite steht heute vielfach der wirtschaftliche Gedanke im Vordergrund. So wird an allen Ecken und Enden optimiert und eingespart.

Und wie ist man für neue Herausforderungen mit Schüco aufgestellt?

Schüco ist Marktführer im Systembereich. Für alle Themen rund um Fenster und Fassaden gibt es kompetente Ansprechpartner. Das Prüfzentrum, ich glaube, es ist das weltweit größte, hilft uns, vor allem im Projektgeschäft neue Lösungen zu testen und Fehler gegebenenfalls bereits im Vorfeld zu entdecken.

Auf Ihrer Website steht: „Function follows form“. Welche Philosophie verbirgt sich dahinter?

Zu unserem 100-jährigen Jubiläum im Jahre 2001 haben wir unsere Außendarstellung und auch unsere Philosophie komplett überdacht und neu erarbeitet. Louis Sullivan, amerikanischer Architekt, entwickelte Ende des 19. Jahrhunderts eine beste-

chende und für die damalige Zeit durchaus richtige These: „Die Form folgt immer der Funktion“. Form und Funktion sind sicherlich stark verknüpft. Aber mit den heutigen technischen Möglichkeiten können die vielfältigen gestalterischen Anforderungen der Architekten fast uneingeschränkt umgesetzt werden. So entstand unser Leitsatz „Function follows form“. Die Funktion folgt der Form. Diesem Leitsatz folgen wir und versuchen die gestalterischen Vorgaben der Architekten in den Vordergrund zu stellen – und die Technik dahinter zu verstecken. Das ist nicht immer leicht, aber auch nicht unmöglich.

Insgesamt vereint Ihr Unternehmen über 110 Jahre Kompetenz – hat sich von der Dorfschmiede zu einem führenden Unternehmen in der Fenster- und Fassadenbranche entwickelt. Worin liegt Ihr Erfolgsrezept?

Wir haben uns immer neuen Aufgaben gestellt, sind vor schwierigen Themen nicht davon gelaufen, sondern haben sie angepackt. Der Kunde stand mit seinen Wünschen immer im Vordergrund. Ein Spruch meines Vaters ist bei allen

Mitarbeitern des Unternehmens tief verwurzelt: „Wir leben nicht vom Kommen, sondern vom Wiederkommen.“

Das heißt, dass die Kunden, die nicht nur einmal, sondern immer wieder bei uns kaufen, das Potenzial und auch der Werbeträger sind. Wir versuchen, unsere Kunden rundum zufrieden zu stellen. Dies erwarten wir natürlich auch von unseren Lieferanten und Partnern.

Was war Ihr persönliches Erfolgshighlight in der 60-jährigen Partnerschaft und welche Projekte sind Ihnen in besonderer Erinnerung geblieben?

Es sind einige herausragende Projekte entstanden. Für uns war sicherlich die Deutsche Bank in Bielefeld im Jahre 1978, die wir ohne die Unterstützung von Schüco nicht bekommen hätten, der Durchbruch im Großprojektgeschäft. Die mit Schüco gemeinsam entwickelte Elementdoppelfassade wurde 1998 an der LVM Münster erstmals im großen Umfang eingesetzt. Dank der guten Zusammenarbeit mit Schüco konnten wir das zur damaligen Zeit höchste Bürogebäude Schwedens, den Kista Science Tower, umsetzen. Bei Highlights fallen mir aber auch die vielen internationalen Studienreisen mit Schüco ein, bei denen sehr gute Kontakte zu Planern und Berufskollegen geknüpft werden konnten.

Was muss man heute können, um auch künftig erfolgreich zu bleiben?

Zuhören, verstehen, anpacken, umsetzen!

Vielen Dank für das Gespräch!

Mehr zu Feldhaus finden Sie unter www.feldhaus.de

Eines der vielen internationalen Projekte, bei deren Realisierung die Feldhaus Gruppe eng mit Schüco zusammengearbeitet hat, ist der Strafgerichtshof in Dublin (im Bild), der 2009 fertiggestellt wurde. Bei der Fassade handelt es sich um eine Pfosten-Riegel-Konstruktion.





Anspruchsvoll wohnen!

Eindrucksvolle Beispiele für den gehobenen Wohnungsbau zeigt der neue **Wohnbaukalender 2014** von Schüco. Hier wird deutlich: Die Bereitschaft, ins eigene Heim zu investieren, nimmt zu.



Den Kalender jetzt bestellen und Kunden zeigen, was mit Schüco Systemen alles möglich ist.

Was sich an moderner Architektur und zeitgemäßem Wohnkomfort mit Schüco Systemen realisieren lässt, zeigt eindrucksvoll der neue Wohnbaukalender für das Jahr 2014. Neben hochklassigen Aufnahmen der Objekte, die an einigen der schönsten Bauplätze dieser Welt entstanden sind, liefert der Kalender die wichtigsten Informationen über die Architekten, die für die Entwürfe verantwortlich zeichnen, über die Schüco Systeme, die verbaut wurden, sowie über die Metallbauer, die jeweils die Ausführung übernommen haben.

Damit eignet sich der Kalender nicht nur als hochwertiges Geschenk für Bauherren und Geschäftspartner. Er gibt Schüco Partnern auch eine gute Möglichkeit an die Hand, mit diesen hochwertigen Schüco Referenzobjekten für das

eigene Unternehmen zu werben und zu zeigen, welche Visionen sich im gehobenen Wohnbau realisieren lassen. Schüco unterstützt die Partner bei diesem Vorhaben aber nicht nur mit diesem attraktiven Kalender. Schüco macht auch Vorschläge für die Gestaltung des eigenen Schau-raums, für die Außenwerbung oder Anzeigen, aber auch für die Konzeption von Werbe-Aktionen in ihrer Region.

Weitere Werbemittel und Services finden Sie unter: www.schueco.de/marketingservice



Bestellung

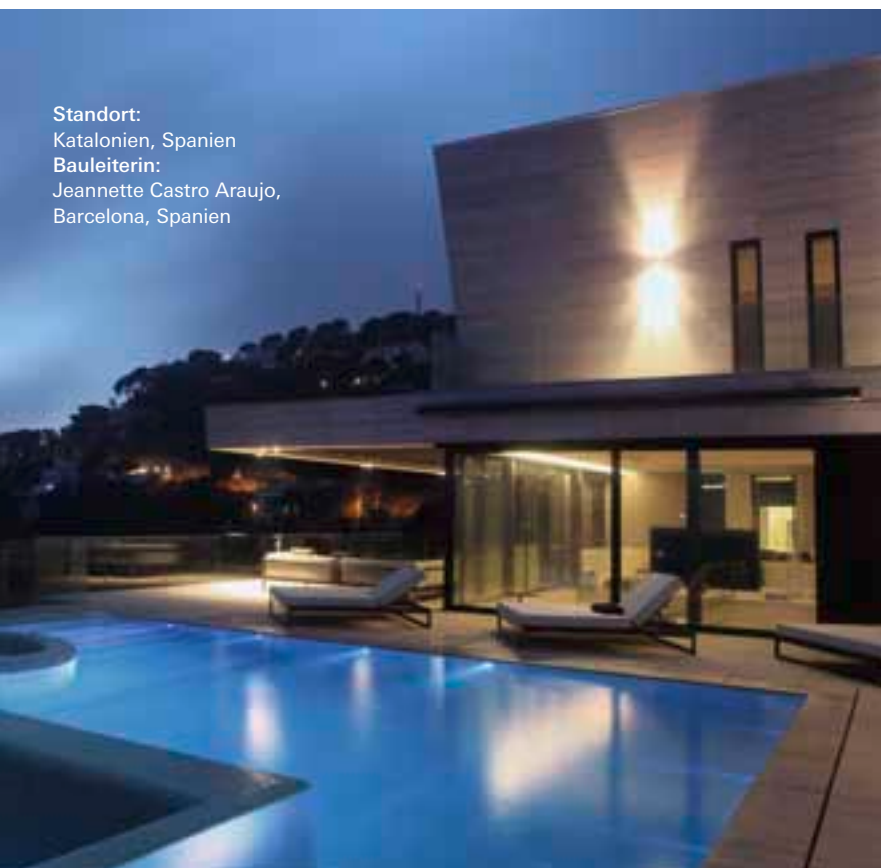
Wenn Sie Interesse am aktuellen Wohnbaukalender haben, können Sie diesen bestellen unter: www.schueco.de/prospekte



Standort:
Schorndorf
Architekt:
Fuchs, Wacker,
Stuttgart



Standort: Lierna, Italien
Architekt: Cesare Sala Ingegnere, Lierna, Italien
Verarbeiter: THEMA SRL, Verano Brianza, Italien



Standort:
Katalonien, Spanien
Bauleiterin:
Jeannette Castro Araujo,
Barcelona, Spanien



Kompetenz bewiesen

Zum ersten Mal hat der Schüco Fachbereich Bauakustik an den alle drei Jahre stattfindenden Schallschutz-Vergleichsmessungen der Physikalisch-Technischen Bundesanstalt teilgenommen. Das Team meisterte die Aufgaben mit Bravour. Wie Verarbeiter **vom Know-how profitieren**, lesen Sie hier.

Das Technologiezentrum (TZ) in Bielefeld gehört zu den weltweit größten Prüfzentren für Fenster, Türen und Fassaden. Die Qualität der Arbeit steht hier natürlich an erster Stelle. Das gilt auch für den Fachbereich Bauakustik. Erst kürzlich haben daher die Mitarbeiter der akkreditierten Prüfstelle an Schallschutz-Vergleichsmessungen der Physikalisch-Technischen-Bundesanstalt (PTB) teilgenommen. Worum es ging? „Neben den gestellten Aufgaben, die wir kompetent mit unserer eigenen Messtechnik gelöst haben, wollten wir auch Erfahrungswerte im Vergleich mit anderen Prüfinstituten gewinnen“, erläutert Bernd Laing, Leiter der Fachabteilung. „Dabei ging es zum Beispiel um die Bestimmung des Norm-Schalldruckpegels von elektrisch betriebenen Fenstern und Lüftern – der

ein immer häufiger angefragtes Qualitätsmerkmal darstellt.“

Sind Bernd Laing und seine Mitarbeiter nicht mit Spezialaufgaben beschäftigt, führen sie in vier voneinander abgekoppelten Räumen Prüfungen durch: Gemessen wird etwa die Luftschalldämmung gegen Außenlärm für Bauteile bis zu einer Größe von 2,8 m x 3 m; außerdem die Flankendämmung für die Schallübertragung in Innenräumen oder zwischen Geschossen. Bei Messungen zur Längsschalldämmung werden sogar Elemente von bis zu 6 m x 6 m getestet.

Die Vorteile für Verarbeiter: Unterziehen Partner ein Muster der Prüfung, kann das Team gegebenenfalls Mängel ermitteln und anschließend das Bauteil

optimieren. „Die Werte einhalten und nicht überdimensionieren“, so das Credo. „Schließlich kann die Dimensionierung von einem Glas, das in einer Sonderkonstruktion mit einer ein Millimeter geringeren Stärke auskommt, einiges an Einsparpotenzial bieten.“ Um die Fertigungs- und Montagequalität sowie die Abgrenzung zu anderen Gewerken zu sichern, bietet der Fachbereich neben Prüfungen im TZ übrigens auch Messungen am Bau an. Und falls es Fragen zum Ausschreibungstext in Sachen Bauakustik gibt, steht das Team aus dem Fachbereich ebenfalls gern bereit.



Weitere Informationen

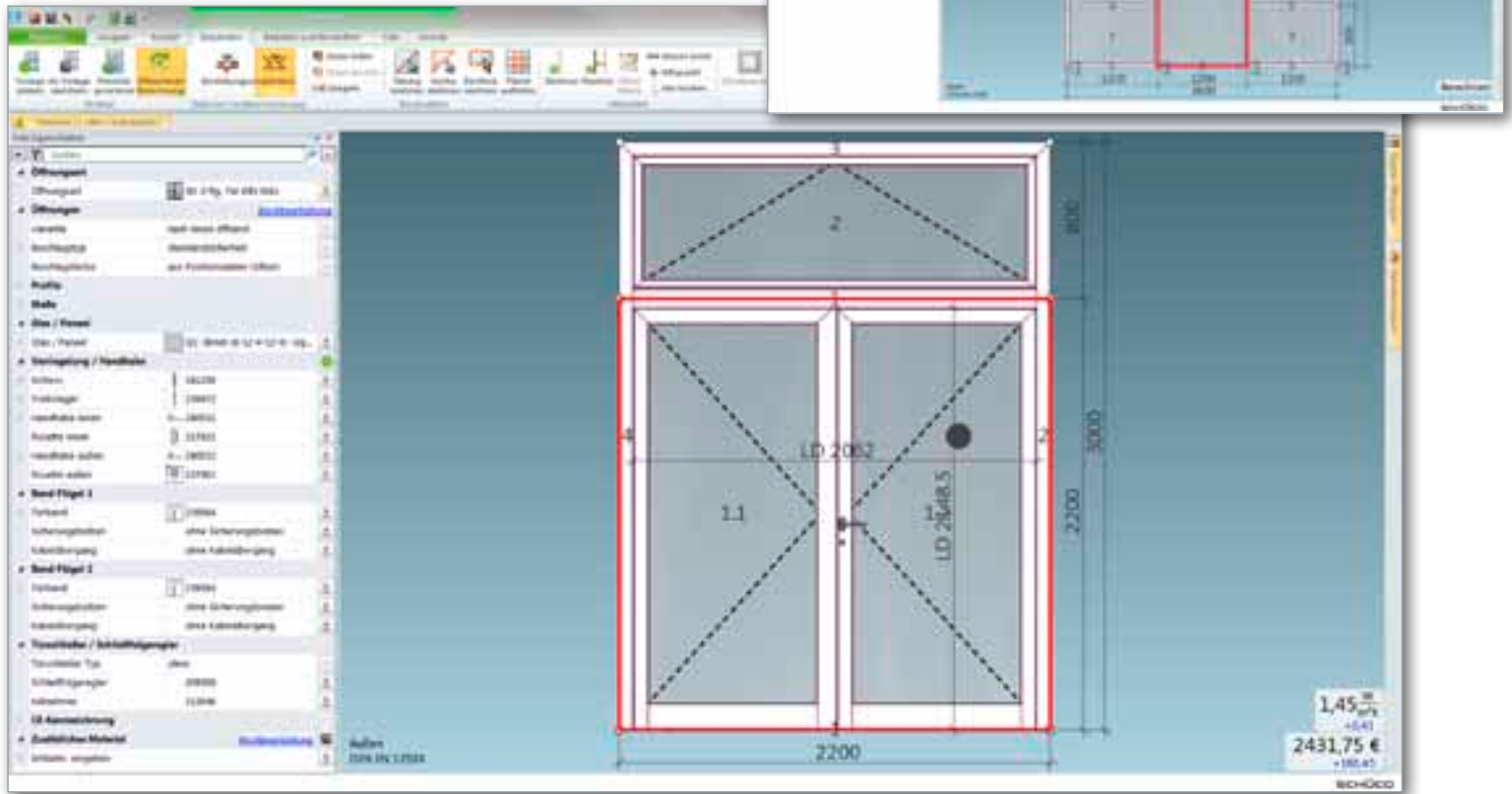
finden Sie im Internet unter

www.schueco.de/technologiezentrum



Ein starkes Team: Gemeinsam arbeiten Bernd Laing, Theresa Jock und Thomas Kliewer (v. li.) vom Fachbereich Bauakustik daran, dass der Schallschutz stimmt.

Ob der Anwender eine Türöffnung bearbeitet oder Einsetzelemente einfügt – mit der neuen SchüCal Programmoberfläche hat er alle wichtigen Informationen komfortabel im Blick.



SchüCal 2013 – die neue Programmoberfläche

Mit der neuen Version von SchüCal haben Nutzer nun die Möglichkeit, noch **schneller, sicherer und einfacher Angebote** zu erstellen.

SchüCal 2013 bietet umfangreiche, neue Funktionen: Sie machen das Arbeiten noch schneller, effizienter und sicherer. So merkt sich SchüCal zum Beispiel eine einmal getroffene Auswahl und schlägt sie für die nächste Entscheidung vor. Bilder und Profilquerschnitte unterstützen die Auswahl der Artikel. Diese können auch nach Eigenschaften wie Ansichtsbreiten, Panikfunktionen oder Lagerlänge gewählt werden. Eine direkte Eingabekontrolle erlaubt der Kantenschnitt, der sofort technische Details zeigt. Permanent aktualisiert und angezeigt werden au-

ßerdem der Element-Preis und U-Wert. Weiterer Vorteil: Bei jeder Änderung berechnet das Programm die Differenz zum letzten Arbeitsschritt. Dies ermöglicht einfache Variantenvergleiche bei technischen Änderungen und Profilsystemwechseln.

Bautiefen, Profilsichten oder Wärmedämmung kann der Anwender in wenigen Sekunden tauschen. Geometrie und Design des Elements bleiben dabei erhalten. Typische Elemente mit Öffnungsvarianten sind bereits als Vorlagen hinterlegt und eine umfangreiche

Auswahl an Sprossenbildern erleichtert das Erfassen von Fenstern und Türen. Zudem kann die Geometrie eines Elements inklusive Öffnungen gespiegelt werden. Für Sonderkonstruktionen bietet SchüCal 2013 übrigens passende Zeichenwerkzeuge. Und: Mit dem Profilsystemwechsel kann der Anwender schnell Alternativangebote erstellen und U-Werte optimieren.



Weitere Informationen zu SchüCal finden Sie unter www.schueco.de/schuecal

Herzlichen Glückwunsch

200 Jahre Schüco Partnerschaft sind auf dieser Seite vertreten – nicht bei einem einzelnen Schüco Partner, sondern dieses Mal bei acht Unternehmen, die alle einen Grund zu feiern haben. Schüco gratuliert.



50 Jahre ist die Firma Korsche aus der Oberpfalz Schüco Partner: Schüco Gebietsmanager Jürgen Bohmann gratuliert Alexander Korsche, Christine Korsche sowie Toni Korsche (mit der Urkunde) (v. li.). Schüco Vertriebsleiter Hans Seel ist ebenfalls dabei.

50

45

Als Familienbetrieb in zweiter Generation feiert die Firma Mundal 45 Jahre: Hugo Kloker, technischer Leiter; Bernd Schilling, Geschäftsführer; Lothar Schneider, Gebietsmanager von Schüco; Franz Fischer, Betriebsleiter sowie Markus Rothgang, Leiter Vertrieb Objekte (v. li.) überreichten die Urkunde.



Das Jubiläum – 40 Jahre Firma Ruf: Schüco Gebietsmanager Armin Lehrmann übergibt die Urkunde an Seniorchef Kurt Ruf und seinen Sohn und Geschäftsführer Christian Ruf (v. li.).

40

20

20 Jahre Kompetenz im Metallbau bedeuten bei der Firma Pahlaß & Preuß auch 20 Jahre Schüco Partnerschaft: Gerhard Preuß, Herbert Pahlaß, Gundula Pahlaß, Edeltraut Preuß, Harald Preuß, Madelaine Elvers und Marius Seppmann von Schüco freuten sich gemeinsam über dieses Jubiläum (v. li.).



15

15 Jahre Metallbau Fengels: Schüco Gebietsmanager Friedhelm Schraven (li.) gratuliert den Geschäftsführern Friedhelm und Petra Fengels.



15

Seit 15 Jahren ist Metallbau Bütthe Partner von Schüco: Die Glückwünsche für Lars Bütthe und Ulrike Bütthe überbringt Jochen Strellmann von Schüco (li.).

15

Jubiläum bei Warnow Metall GmbH: Bei der Urkundenübergabe dabei waren Schüco Gebietsmanager Oliver Steinigke; Schüco Fachberater Fenster & Fassadentechnik Peter Jantz; der Vorsitzende der Schüco Geschäftsleitung Andreas Engelhardt; Warnow Metall Geschäftsführer Veit Unterspann; Schüco Vertriebsdirektor Wolfgang Schneider und Schüco Vertriebsleiter Marius Seppmann (v. li.).



Mitmachen lohnt sich!

Wer viel mit Kunden spricht und Baustellentermine wahrnimmt, muss auch mobil arbeitsfähig sein. Ein idealer Begleiter ist unser Gewinn für den 1. Preis: Das Büroset besteht aus einer Konferenz- und Schreibmappe mit Schüco Reißverschlussanhänger sowie einer trendigen Hülle für den Tablet-Computer: In das Samsonite Laptop Sleeve passen Notebooks bis 15,6 Zoll Größe.

Alles für die Baustellenbesichtigung umfasst der 2. bis 6. Preis: Zum Baustellenset gehören ein Profi-Cutter-Messer, ein Schutz- und Bauhelm nach EN 397 aus Polyethylen mit stark abgewinkelter Nackenführung für per-

fekten Sitz sowie eine Frühstücksdose aus hochwertigem Aluminium mit Schüco Lasergravur.

So können Sie gewinnen: Finden Sie die unten abgebildeten Bildausschnitte im Partner Magazin, notieren die zugehörigen Seitenzahlen, addieren diese zusammen und senden Sie die Gesamtsumme per Mail an: **schueco-partner@schueco.com**

Einsendeschluss ist der **13. Dezember 2013**
Viel Glück!

1. Preis:
ein hochwertiges Büroset für unterwegs mit Schreibmappe und Laptop Sleeve



2. bis 6. Preis: ein praktisches Baustellenset mit Bauhelm, Cutter und Brotzeitdose

Teilnahmeberechtigt sind ausschließlich gewerbliche Betriebe des Fenster- und Fassadenbaus, die sich im Partnerbereich unter www.schueco-partner.de bis zum 13.12.2013 für das Gewinnspiel anmelden. Handelt es sich bei dem Teilnehmer um eine natürliche Person, muss diese das 18. Lebensjahr vollendet haben. Gehen mehr als sechs richtige Einsendungen ein, entscheidet das Los, wer einen Preis gewinnt. Alle Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Die Gewinner erklären sich mit der Veröffentlichung ihres Namens mit Wohnortangabe einverstanden. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Schüco gratuliert

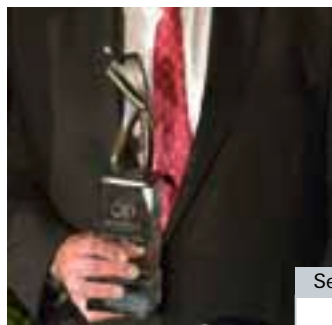
Sport war das große Thema beim Quiz im letzten Schüco Partner Magazin, an dem sich wieder zahlreiche Partner beteiligt haben. Nicht nur die richtige Antwort, sondern auch das nötige Quentchen Losglück hatten Michael Pott, Metallbau Koster GmbH aus Irrel, Martin Brüser, G. Schneider

Kunststoff-Fensterbau aus Wenden-Gerlingen sowie Olaf Stellmach, Stellmach GmbH aus Kröpelin. Sie gewannen die praktische Sporttasche und das schicke Schüco Cap. Das edle Aluminium Schreibbrett und der elegante Kugelschreiber, der sich auch für den Einsatz auf dem Tablet-Computer

eignet, gingen an Achim Weyer, Weyer Fensterbau GmbH aus Schwabach, Holger Witt, Metallbau Lamprecht GmbH aus Datteln sowie an E. Kutzner, Michael Baumgart GmbH aus Süssel/OT Röbel. Schüco wünscht den Gewinnern viel Spaß mit diesen Preisen!



Seite



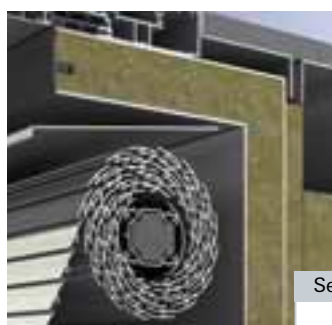
Seite



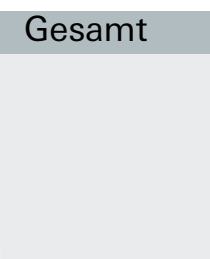
Seite



Seite



Seite



Ein ausgezeichnetener Empfang.



Das neue **Schüco Door Control System** vereint Stil mit Komfort und Sicherheit. Durch frei konfigurierbare Module für das Öffnen, Schließen und Überwachen Ihrer Haustür passt sich das exklusive System nicht nur Ihrem Zuhause an, sondern auch Ihren Ansprüchen. schueco.de/zuhause

Fenster, Türen, Fassaden.

SCHÜCO



reddot design award
winner 2012